Un 2015 da record per gli spumanti Valdo

spumanti-valdo-702x336-fbf149a5

Valdo, l'azienda fondata nel 1926 a Valdobbiadene, leader di mercato con una quota del 10% sulla produzione del Prosecco DOCG, chiude il 2015 con un fatturato che raggiunge i 55 milioni, quindi con un +7% di crescita e un aumento sui volumi venduti del +4%. Dati che confermano la volontà aziendale di muoversi su una strategia del valore piuttosto che dei soli volumi, politica quasi obbligata in un mercato che continua a crescere ma dove persiste un'oggettiva difficoltà da parte dei produttori e del mercato a reperire le quantità di uve necessarie, adeguando i prezzi di vendita in linea con l'aumento del costo della materia prima, mantenendo inalterata l'attenzione storica alla qualità che resta esigenza primaria per la Valdo.

Per il mondo degli spumanti e del prosecco infatti, il 2015 è stato caratterizzato da due fenomeni contrapposti: da un lato la crescita dei consumi che anche quest'anno premia l'intera filiera, dall'altro la scarsità di materia prima dovuta ad una vendemmia 2014 con condizioni meteorologiche avverse. Tutti i mercati evidenziano crescite decisamente significative sul fronte dei volumi con in testa il mercato UK in cui si registrano importanti tassi di sviluppo uniti ad una dilagante passione per il prosecco. Anche in area DACH (cluster di lingua tedesca) il segno è più che positivo: +9%. Il resto d'Europa registra un +48% a cui si aggiunge un grande successo negli USA con un +33% segno di una consistente crescita sul mercato statunitense, già cominciata nel 2014 quando già si registrava un +20%.

«Abbiamo dimostrato che il Prosecco è un grande spumante italiano che può sfidare gli charmat di tutto il mondo, un'eccellenza del Made in Italy che abbiamo l'orgoglio di essere stati i primi a portare all'estero, commenta **Pierluigi Bolla**, Presidente di Valdo Spumanti. *Creare nuove strade e nuove opportunità, migliorare sempre la qualità dei nostri prodotti, queste sono le caratteristiche che, da sempre, contraddistinguono l'impegno di tutta*
la nostra famiglia».

Tappo-Valdo-460x360I risultati sono ancor più positivi sul fronte del fatturato, con in testa il cluster DACH che chiude con uno straordinario +11% rispetto allo scorso anno ed una solida leadership

Valdo nella categoria Prosecco, con Marca Oro DOCG che ha ormai raggiunto una quota di mercato a valore pari al 38% (fonte IRI AT - anno terminante - 31 dicembre 2015).

In Italia, Valdo supera il + 10% nei volumi a cui si aggiunge la soddisfazione di aver migliorato, nel canale tradizionale, le performance sul fronte del credito, primario obiettivo del canale. «*Siamo la DOCG più bevuta in Italia e una delle più importanti all'estero ma la strada da fare è ancora lunga* spiega **Massimo Poloni**, Direttore Commerciale Generale di Valdo Spumanti. *Le crescite sono arrivate grazie al lavoro di sistema, Valdo è stata certamente brava a cavalcare l'onda e a ben interpretare il momento. Siamo focalizzati sulla professionalità delle persone, sulla formazione, sul presidio locale, sulla qualità enologica, sulla scelta delle materie prime e investiamo sui nostri punti di forza che mi piace riassumere in 6 "P": Prodotti, Persone, Passione, Pragmatismo e Pensiero Prospettico»*.

Nonostante i 90 anni appena compiuti, Valdo si dimostra un'azienda di grande vitalità con una forte propensione all'innovazione, capace di interpretare anticipatamente i nuovi trends di consumo. Come "Floral", il nuovo Spumante Rosè, dalla bottiglia unica nel suo genere, interpretata dall'estro creativo di Fabrizio Sclavi, un successo del 2015, sia in Italia sia all'estero; oppure la performance di "Valdo Time" in Germania, nuova linea di aperitivi all'italiana, declinata in quattro differenti ricette.

Anche il Novantesimo sarà un anno ricco di novità, saranno ben 7 i nuovi lanci di prodotto, alcuni di questi saranno presentati prossimamente al Vinitaly a Verona dal 10 al 13 aprile. Nell'ottica di un allargamento del proprio product portfolio e al fine di intercettare nuovi consumatori e diverse modalità di consumo, Valdo è entrata nell'affascinante mondo dello Champagne siglando nel 2014 un importante accordo con Nicolas Feuillatte, N°1 in Francia, e dal 2015 sta sviluppando un progetto nella categoria delle Birre di Qualità non-filtrate, con la firma di un accordo in esclusiva per la distribuzione del marchio Birra Nervesa: una nuova linea di 3 birre (Bionda, Bianca e Rossa) prodotta nel suo territorio d'origine, il Conegliano Valdobbiadene.

www.valdo.com